ETH zürich



KOF Bulletin

Nr. 130, Juni 2019

KOF Konjunkturforschungsstelle

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

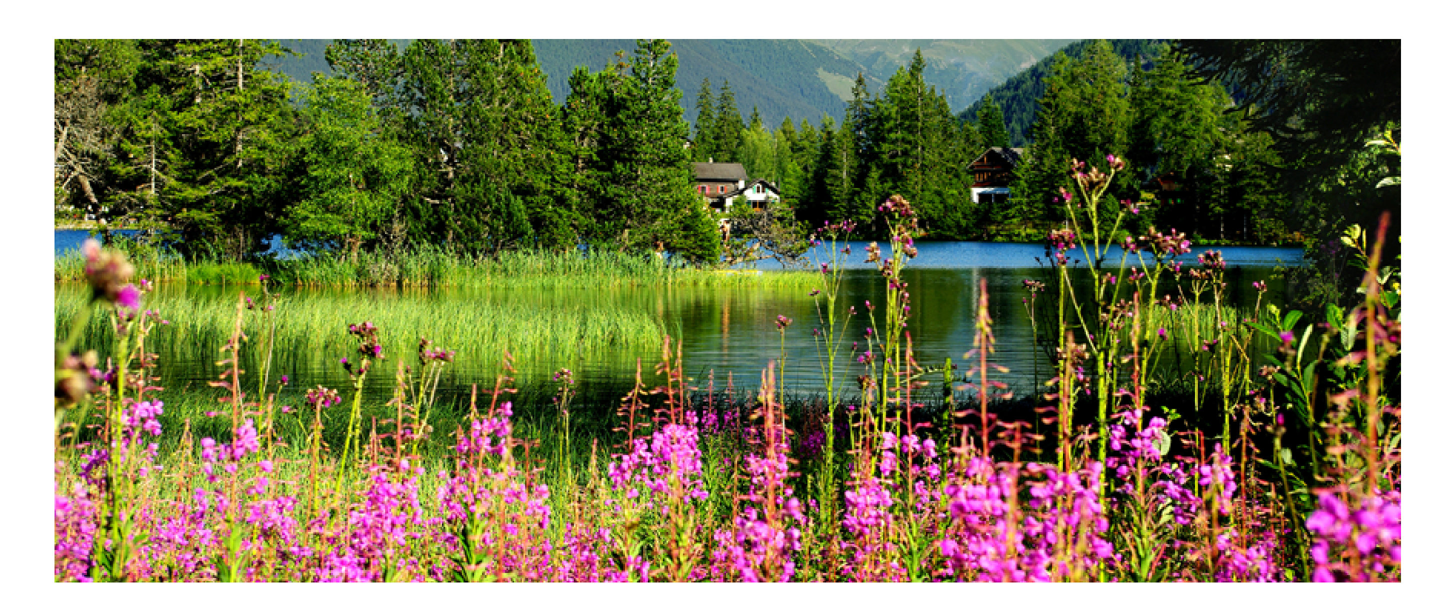
Den US-amerikanischen Touristinnen und Touristen scheint die Schweiz zu gefallen. Das zeigte sich im vergangenen Winter besonders deutlich. In Bern legte die Zahl der Logiernächte von US-Reisenden im Vergleich zur Vorjahressaison um ganze 18 Prozent zu, im Wallis und in Graubünden um bis zu 15 Prozent. Ein Blick in die detaillierten Statistiken zeigt: Damit setzt sich ein Trend fort, der schon länger anhält. Mehr darüber erfahren Sie im ersten Beitrag. Auch der zweite Beitrag behandelt eine Entwicklung, die seit einiger Zeit andauert, genauer seit den 80er Jahren. In den letzten Jahrzehnten haben viele Schweizer Firmen ihre F&E-Aktivitäten im Ausland ausgebaut. Wie wichtig ist das dadurch gewonnene, ausländische Wissen für den Erfolg von Schweizer Unternehmen? Eine neue Forschungsarbeit zeigt: Es spielt eine grosse Rolle. Vom Verhältnis der Schweizer zur ausländischen Wirtschaft handelt auch der dritte Beitrag, doch hier stehen die Manager im Zentrum. Welche Probleme bereiten Schweizer Führungskräften derzeit am meisten Sorgen, und unterscheiden sie sich darin von ihren internationalen Kolleginnen und Kollegen? Die KOF war an einer Befragung beteiligt, die Einsichten dazu liefert. Der vierte Beitrag zeigt schliesslich auf, welchen Einfluss die Digitalisierung auf den Arbeitsalltag von Betriebswirtschaftern hat. Und im fünften Beitrag erfahren Sie, weshalb sich der KOF Geschäftslageindikator im Mai weiter eingetrübt hat.

Wir wünschen Ihnen eine gute Lektüre,

Franziska Kohler und Solenn Le Goff

KONJUNKTUR UND FORSCHUNG

US-Touristen werden bedeutender



Die Zahl der Logiernächte von Reisenden aus den USA ist im letzten Winter um mehr als 10% gestiegen. Damit setzt sich ein Trend fort, der schon seit einigen Jahren anhält. Davon profitieren zum Beispiel die Tourismusregionen Bern, Wallis und Graubünden.

Die Aussichten für den Schweizer Tourismus sind positiv. In ihrer neusten Tourismusprognose rechnet die KOF mit einem Anstieg der Logiernächte in der kommenden Sommersaison um 2.1%. Dies, nachdem die letzte Wintersaison zwar weniger gut als erwartet, aber trotzdem zufriedenstellend ausgefallen ist: Insgesamt nahmen die Logiernächte gegenüber der Vorjahressaison um 0.7% zu.

Am stärksten legte im letzten Winter die Nachfrage der US-Amerikaner zu. Die Zahl der Logiernächte, die sie in der Schweiz verbrachten, stieg um satte 10.6%. Ein Blick in die detaillierten Daten zeigt, dass die nordamerikanischen Touristen schon seit einigen Jahren an Bedeutung für den Schweizer Tourismus gewinnen (siehe G 1). Im ganzen Tourismusjahr 2018 wuchs die Zahl ihrer Logiernächte um 9.9%, 2017 betrug das Plus 11.4%. Ein Rückgang wurde zuletzt 2011 verzeichnet (–0.3%), seither hat die Zahl der Logiernächte jedes Jahr zugenommen. Der Anteil der Amerikanerinnen an allen Touristen in der Schweiz ist seit 2011 denn auch von 4.2% auf 5.8% gestiegen.

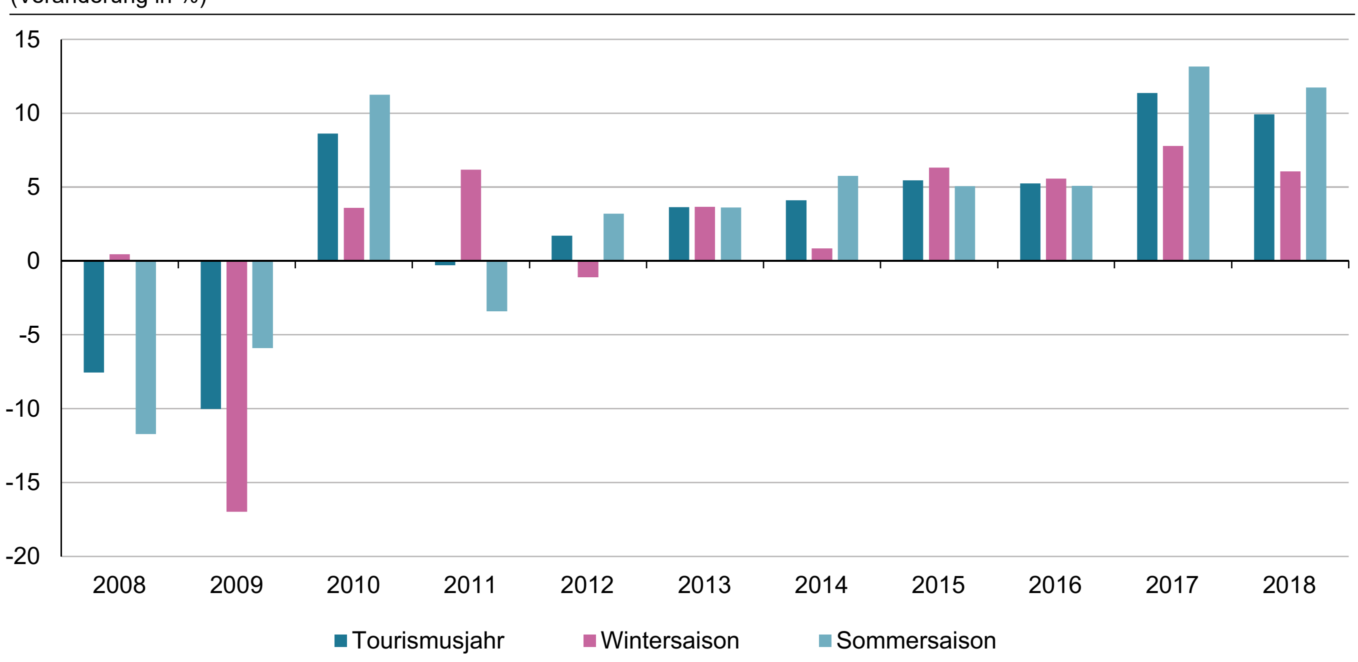
Berggebiete profitieren

Besonders stark zugelegt hat die Zahl der Logiernächte von US-Amerikanern letztes Jahr in Bern, in der Tourismusregion Luzern/Vierwaldstättersee und in den übrigen alpinen Gebieten. In Luzern lag das Plus bei 14.6%, in Bern

G 1: Wachstumsraten Logiernächte US-Touristen



(Veränderung in %)



Quelle: BFS, KOF

bei 18.4%, in Graubünden bei 11.8% und im Wallis bei 15%. Der Anteil der US-Touristen, die in städtische Gebiete reisen, ist seit 2011 von 50.2% auf 46.4% gesunken. Die KOF rechnet damit, dass der Anteil der Städtereisen bei den US-Amerikanern bis 2021 weiter sinken wird.

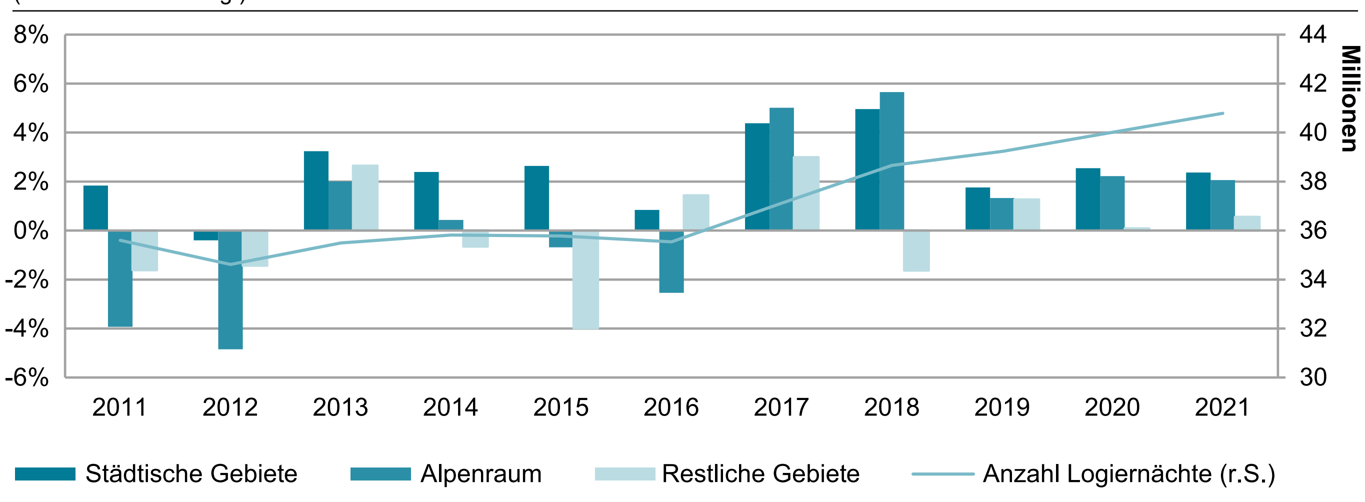
Einer der Gründe für den Zuwachs bei den US-Reisenden dürfte die positive Wirtschaftsentwicklung im Heimatland sein. 2017 wuchs das US-amerikanische Bruttoinlandprodukt (BIP) um 2.2%, 2018 um 2.9%. Auch dieses Jahr dürfte das Plus gemäss Prognose über 2% liegen. Ausserdem hat sich der US-Dollar in den letzten fünf Jahren gegenüber dem Franken in der Tendenz aufgewertet – die Schweiz ist für US-Touristinnen also erschwinglicher geworden.

Auch die preisliche Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Destinationen hat sich in den letzten Jahren verbessert. 2018 stiegen die Preise im Schweizer Tourismus verhalten um 1.1%. In diesem Jahr dürften die Preise um rund 1.6% und damit etwas stärker ansteigen.

Erholung auch im Euroraum

Zusammen mit den asiatischen dürften die nordamerikanischen Herkunftsländer auch in den nächsten Jahren die höchsten Zuwachsraten verzeichnen. Bei den Logiernächten der Gäste aus dem Euroraum sollte sich die begonnene Erholung nach dem Frankenschock ebenfalls fortsetzen – vorausgesetzt, es kommt nicht zu einem weiteren Aufwertungsschub des Frankens gegenüber dem Euro. Während die Prognose für die Gäste aus Deutschland aufwärts

G 2: Entwicklung der Logiernächte in den Regionen nach Tourismusjahr
(Saldo saisonbereinigt)



Quelle: BFS, KOF

gerichtet ist, bleiben die Aussichten für die Nachbarländer Frankreich und Italien aufgrund der Abflachung der Wirtschaftsentwicklung eher verhalten.

Die Inlandsnachfrage entwickelt sich tendenziell weniger volatil als die Auslandsnachfrage. Die Logiernächte der Inländer stiegen in den Jahren 2011 bis 2016 durchschnittlich um 0.6% pro Jahr. In den letzten beiden Jahren schwang das Pendel dank dynamischem Wirtschaftsverlauf und wiedergewonnener Wettbewerbsfähigkeit der inländischen Tourismusindustrie zurück und das Wachstum der inländischen Nachfrage lag bei je 3.3%. Für das laufende Jahr und die kommenden Tourismusjahre geht die Prognose von einem Zuwachs um die 1% aus. Grafik G 2 zeigt die Prognosen für die Entwicklung bei den ausländischen und inländischen Gästen im Total.



Ansprechpartner
Florian Hälg | haelg@kof.ethz.ch

Die ausführliche Tourismusprognose finden Sie auf unserer Webseite:
www.kof.ethz.ch →

Ausländisches Wissen spielt wichtige Rolle für Schweizer Unternehmen

Im Ausland generiertes Wissenskapital kann zur Innovationskraft und Produktivität von Schweizer Unternehmen beitragen. Das zeigt eine neue Studie von KOF-Forschern. Allerdings hängen die Effekte von der Unternehmensgrösse, der Höhe der Umsätze und den Qualifikationen der Mitarbeitenden ab.

Neue technologische Entwicklungen, innovative Produkte und Dienstleistungen sind wesentlich für die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Schweizer Unternehmen. Deshalb ist es wichtig, besser zu verstehen, welche Faktoren Unternehmen innovativer machen und wie Anreize für innovatives Verhalten geschaffen werden.

In einer neuen Studie untersuchen Spyros Arvanitis, Florian Seliger und Martin Wörter, welchen Einfluss technologisches Wissen – insbesondere internationales Wissen – auf die Unternehmensperformance hat. Die Autoren unterscheiden zwei Typen von Wissenskapitalstöcken[1]: Solche, die mit Hilfe von Forschenden im Ausland generiert wurden, und solche, die ausschliesslich von Forschenden in der Schweiz aufgebaut wurden. Auf dieser Grundlage untersuchen sie drei Fragen:

1) Hat die Erhöhung der Wissenskapitalstöcke insgesamt einen Einfluss auf die Innovationsleistung (Umsatz neuer, innovativer Produkte) und die Produktivität eines Unternehmens?

2) Unterscheiden sich diese Effekte für ausländisches und inländisches Wissen?

3) Über welche möglichen Kanäle können die zwei Kategorien von Wissenskapital auf die Produktivität wirken?

F&E-Aktivitäten im Ausland nehmen zu

Eine wichtige Quelle ausländischen Wissens sind die Tochterfirmen schweizerischer Unternehmen im Ausland. Laut dem Bundesamt für Statistik hat sich der Aufbau von F&E-Aktivitäten im Ausland durch Schweizer Unternehmen seit Mitte der 80er Jahre beschleunigt. Dafür verantwortlich ist zu einem grossen Teil die Pharmaindustrie. Gemäss den Angaben der KOF Innovationsumfrage erhöhte sich der Anteil der forschungsorientierten Unternehmen mit F&E-Aktivitäten im Ausland zwischen 2002 und 2015 von 10% auf 18%.

Allerdings ging gleichzeitig der Anteil aller F&E-treibenden Firmen in der Schweiz von rund 30% auf 14% zurück. Die F&E-Neigung entwickelt sich im In- und Ausland also gegenläufig – eine Tendenz, die für die Zukunft des Forschungsstandortes Schweiz eher beunruhigend ist. Weitere Quellen von innovationsrelevantem Wissen sind Kooperationen (etwa in Form von Joint Ventures oder Vereinbarungen) und F&E-Aufträge.

Positiver Effekt nur mit hoch qualifizierten Angestellten

In einem ersten Schritt untersuchten die Autoren, ob und wie stark die zwei Typen des Wissenskapitals den kommerziellen Erfolg neuer, innovativer Produkte beeinflussen. Sie finden, dass ein höheres Wissenskapital auch die Umsätze mit neuen oder modifizierten Produkten eines

[1] Das Wissenskapital wird anhand der Anzahl patentierter Erfindungen gemessen (Patentanmeldungen). Die Autoren unterscheiden zwischen Erfindungen, die mit Hilfe von ausländischen Forschenden generiert wurden (ausländisches Wissenskapital), und Erfindungen ohne ausländische Beteiligung (inländisches Wissenskapital). Ermittelt werden die dafür nötigen Informationen aus Patentschriften, die teilweise Angaben zu den Wohnadressen der Forschenden enthalten. Zudem greifen die Autoren auf das KOF Unternehmenspanel zurück, das Auskunft über verschiedene Firmencharakteristiken und Leistungskennzahlen gibt.



Unternehmens in der Schweiz signifikant erhöht. Dieser Gesamteffekt wird jedoch vom internationalen und nicht vom inländischen Wissenskapital getrieben.

Ausserdem zeigen die Autoren, dass das Wissenskapital insgesamt in einem positiven und signifikanten Zusammenhang zur Produktivität eines Unternehmens steht. Allerdings zeigen sich hier keine signifikanten Effekte für das ausländische Wissenskapital. Die Wirkung des internationalen Wissenskapitalstocks wird aber signifikant positiv, wenn es dem Unternehmen gelingt, ein neues, innovatives Produkt mit relativ hohen Umsätzen hervorzubringen. Dagegen ist der positive Effekt des inländischen Wissensstocks auf die Kombination mit hoch qualifizierten Angestellten angewiesen. Das heisst: Nur wenn in einem Unternehmen beide Komponenten vorhanden sind – eigener Wissensstock und formal gut ausgebildete Mitarbeiter –, zeigt sich der positive Produktivitätseffekt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Unternehmensgrösse. Signifikant positive Effekte des internationalen Wissenskapitals zeigen sich nur für grosse Firmen mit mehr als 250 Beschäftigten. Grosse Unternehmen verfügen in der Regel über sogenannte «complementary assets» (etwa internationales Marketing, Vertriebskanäle) sowie grössere finanzielle Ressourcen, die positiv auf die Vermarktung innovativer Produkte wirken. Darüber hinaus steigt mit der Grösse die Wahrscheinlichkeit der internationalen Ausrichtung der Unternehmung, womit sie von der Fixkostendegression profitiert – also hohe, fixe F&E-Kosten über eine potenziell grössere Produktionsmenge verteilen kann.

Diese Erkenntnisse sind relevant für die Technologiepolitik. Sie zeigen, dass ausländisches Wissenskapital zur Innovationskraft und Produktivität inländischer Unternehmen beiträgt. Aus wirtschaftspolitischer Sicht könnten deshalb folgende Massnahmen sinnvoll sein:

- Unterstützung internationaler Kooperationen zur Entwicklung neuer Technologien,
- erleichterter Zugang zu Absatzmärkten im Ausland, vor allem für kleinere Unternehmen,
- Schaffen von Anlaufstellen und Unterstützungsangebote für Schweizer Unternehmen auch im Ausland,
- öffentliches Monitoring von Technologieclustern.

Ansprechpartner
Martin Wörter | woerter@kof.ethz.ch

Eine ausführliche Version dieses Beitrags erscheint in den KOF Analysen vom 13. Juni.
www.kof.ethz.ch →

Die grössten Sorgen von Schweizer Führungskräften

Die KOF hat sich an einer Studie beteiligt, bei der Managerinnen und Manager weltweit zu ihren Sorgen und ihren Hoffnungen für die Zukunft befragt wurden. Die Resultate zeigen, dass es Unterschiede gibt zwischen Schweizer und ausländischen Führungskräften. Zum Beispiel bei der Frage, welche Folgen neue Technologien für Unternehmen haben werden.

Unternehmen entwickeln sich ständig weiter: Sie wachsen, teilen sich auf, führen neue Produkte, Prozesse und Technologien ein. Hinzu kommt, dass Firmen heute mit grundlegenden Paradigmenwechseln konfrontiert sind. Die Art und Weise, wie wir arbeiten und wie Unternehmen Werte schaffen, verändert sich massgeblich.

Diese Veränderungen lassen sich auch in wirtschaftlichen Kennzahlen ablesen. Verschiedene Forschungsinstitute gehen davon aus, dass das globale Wirtschaftswachstum seinen vorläufigen Höhepunkt erreicht haben könnte. Ausserdem ist die politische Lage vielerorts volatiler als in der Vergangenheit.

Es überrascht deshalb nicht, dass die Gefahr einer Rezession derzeit die grösste Sorge von Managerinnen und Managern weltweit ist. Dies ergab eine Umfrage der Organisation «The Conference Board» und der KOF unter rund 1400 Führungskräften (sogenannte «C-Level»: CEO, CFO, COO, CDO etc.). Auch Bedrohungen für das globale Handelssystem und die global vorherrschende politische Instabilität beschäftigen die Führungskräfte stark (siehe T 1).

Das globale Handelssystem bereitet Sorgen

87 der Teilnehmenden stammen aus der Schweiz. Beim Vergleich ihrer Antworten mit jenen ihrer internationalen

T 1: Welches sind die wichtigsten drei externen Themen, welche Ihre Aufmerksamkeit 2019 am meisten beanspruchen werden?

	Schweiz	Europa	Total
Gefahr einer Rezession	7	2	1
Bedrohungen für das globale Handelssystem	1	4	2
globale politische Instabilität	4	1	3
neue Konkurrenz	2	3	4
Cyber Security	3	6	5
abnehmendes Vertrauen in politische und gesetzgebende Institutionen	6	5	6
Währungsvolatilität	5	8	7
steigende Zinssätze	9	10	8
schwankende Energiepreise	12	12	9
Ungewissheit bezügl. der Unternehmenssteuerpolitik	11	11	10
Einfluss des Klimawandels auf das Geschäft	8	9	11
Einkommensungleichheit	13	13	12
Folgen des Brexit	10	7	13
Terrorismus	14	14	14

Quelle: C-Suite Challenge 2019 – The Future-Ready Organization

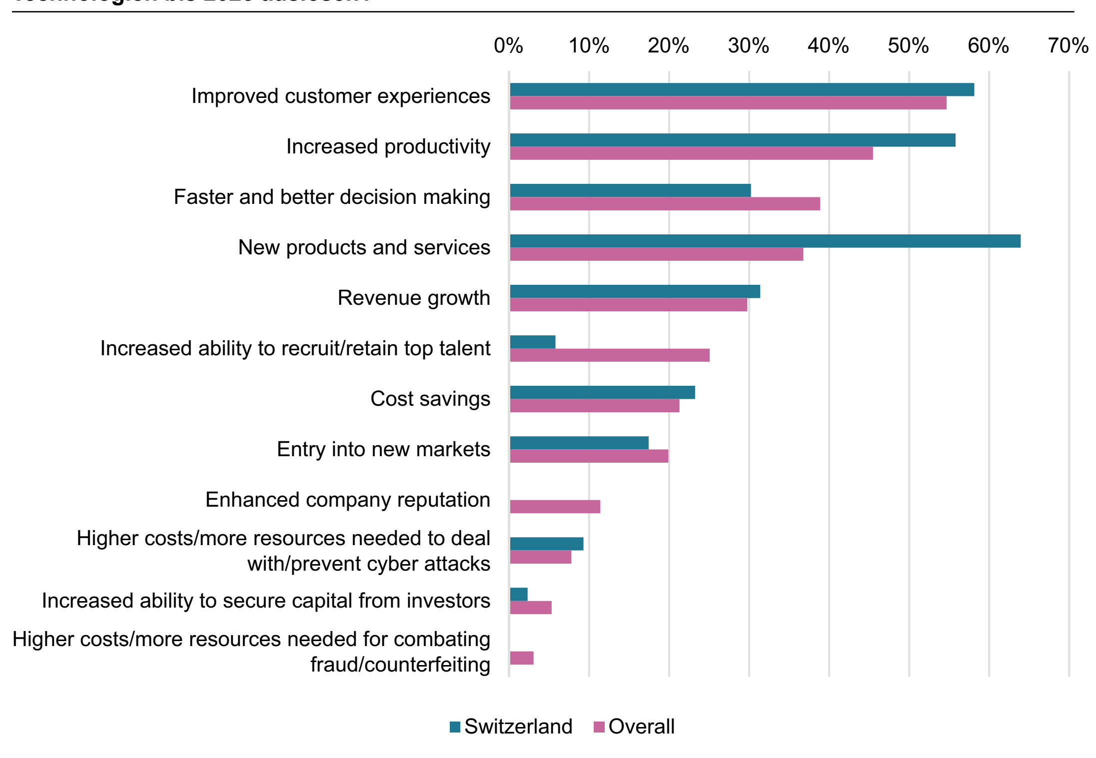
Kollegen fallen vier grosse Unterschiede auf. So heben sich die Schweizer Teilnehmenden in ihrer Einschätzung der grössten Risiken ab. Auf die Frage, welche Probleme 2019 ihre grösste Aufmerksamkeit beanspruchen werden, verweisen die meisten von ihnen auf Bedrohungen für das globale Handelssystem. Auf Platz 2 folgt die Furcht vor neuer Konkurrenz, auf Platz 3 das Thema Cyber Security. Die grösste Sorge ausländischer Manager – die Gefahr einer Rezession – folgt bei Schweizer Führungskräften erst auf Platz 7. Ein grösseres Problem ist aus Schweizer Sicht dafür die Volatilität der eigenen Währung.

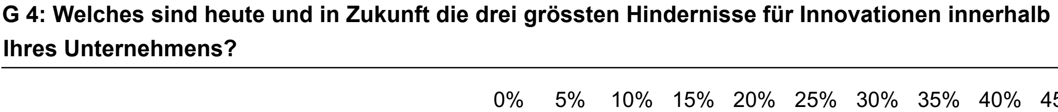
Schweizer Führungskräfte interessieren sich zudem stärker für den Klimawandel. Sie schätzen den Einfluss des Klimawandels auf ihr Geschäft als drängenderes Thema ein als ausländische Führungskräfte (Platz 8 vs. Platz 11).

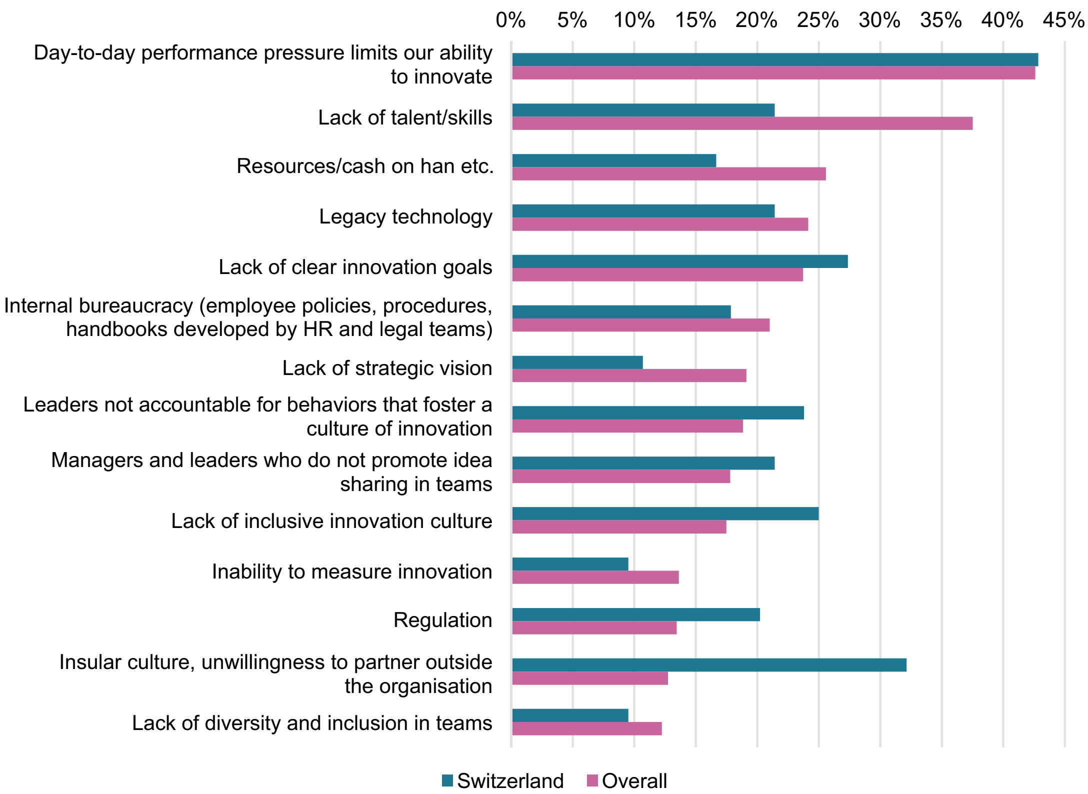
Auch die Nachhaltigkeit spielt für Schweizer Teilnehmende eine grössere Rolle. Sie sprechen Themen wie der Kreislaufwirtschaft oder der Debatte über soziale Fragen eine grössere Relevanz für die Zukunft zu.

Ausserdem haben Manager in der Schweiz andere Vorstellungen davon, wie neue Technologien ihre Unternehmen verändern werden. 64% erwarten, dass daraus neue Produkte und Dienstleistungen entstehen – bei den internationalen Kollegen sind es weniger als 40% (siehe G 3). Schweizer Führungskräfte geben öfter an, dass sie sich höhere Produktivität, mehr Einnahmen und weniger Kosten erhoffen. Internationale Führungskräfte hingegen legen einen grösseren Fokus auf Fortschritte bei der Entscheidungsfindung oder bei der Rekrutierung und Anbindung von Personal.

G 3: Welche drei wichtigsten wirtschaftlichen Veränderungen werden neue Technologien bis 2025 auslösen?




G 4: Welches sind heute und in Zukunft die drei grössten Hindernisse für Innovationen innerhalb Ihres Unternehmens?



C-Suite Challenge 2019

Seit 1999 werden in der «The Conference Board CEO Challenge» CEOs rund um die Welt zu den grössten Herausforderungen befragt, mit denen sie konfrontiert sind, sowie zu den Strategien, mit welchen sie diesen begegnen wollen. 2017 wurde die Befragung auf Führungskräfte im Management – sogenannte «C-Suites» – ausgeweitet. An der Befragung im September und Oktober 2018 haben weltweit 1426 Managerinnen und Manager teilgenommen, davon 87 aus der Schweiz. Der Thinktank «Conference Board» führte die Umfrage in Zusammenarbeit mit 14 internationalen Instituten durch, auch mit der KOF Konjunkturforschungsstelle für die Schweiz.

Bei der Frage nach den drei grössten Hindernissen für Innovationen innerhalb der Unternehmen unterscheiden sich die Antworten der Teilnehmer ebenfalls (siehe G 4). Als grösste Hürde empfinden alle Teilnehmenden weltweit den tagtäglichen Leistungsdruck. Auch das Fehlen von Talenten und Ressourcen werden international häufig genannt. Schweizer Manager scheinen unter diesem Mangel allerdings weniger zu leiden. Sie fühlen sich eher von einer engstirnigen und wenig integrativen Kultur behindert.

Der vollständige Bericht «How C-Suite Executives in Switzerland Are Transforming for the Future» findet sich auf der KOF-Webseite:
www.kof.ethz.ch →

Ansprechpartner

Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Digitalisierung verändert den Berufsalltag substanziell

Neue Technologien fordern nicht nur Unternehmen heraus, sondern auch die Berufsbildung. Bei einer Umfrage unter diplomierten Betriebswirtschafterinnen und -wirtschaftern HF (Höhere Fachschule) zeigt sich: Ihr Arbeitsalltag hat sich durch die Digitalisierung innert kurzer Zeit deutlich verändert.

Das Schlagwort Digitalisierung ist allgegenwärtig. Die Forschung versteht darunter den Wandel hin zu digitalen Prozessen und Produkten mittels Informations- und Kommunikationstechnologien (siehe z.B. Arvanitis et al. 2017). Der Forschungsbereich Bildungssysteme der KOF führte zwischen 2014 und 2018 jährlich eine Befragung der Studierenden des Bildungsganges «dipl. Betriebswirtschafter/in Höhere Fachschule (HF)» durch. 2018 fand zum ersten Mal eine Befragung von Absolventinnen und Absolventen statt, bei der auch die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Arbeitsalltag thematisiert wurden.

Die Ergebnisse zeigen, dass die technischen Veränderungen den beruflichen Alltag der Befragten innerhalb kurzer Zeit spürbar verändert haben. Und obwohl sie sich im Durchschnitt für eher ausreichend qualifiziert halten, gibt die Mehrheit an, dass sie weitere Aus- oder Weiterbildungen aufgrund der Digitalisierung für notwendig halte. Die Digitalisierung ist also ein treibender Faktor, auf den sich idealerweise nicht nur die Betriebe einstellen, sondern den bereits die Bildungsgänge als zentrale Thematik in ihre Curricula aufnehmen sollten.

Grosse Änderungen in kurzer Zeit

Im Rahmen der Analyse wollten die Forschenden wissen, ob und wie sich die berufliche Tätigkeit der Befragten durch die Digitalisierung innerhalb von drei Jahren verändert hat. Auf einer Skala von eins bis fünf geben sie mit einem durchschnittlichen Wert von 3.2 an, dass die Veränderungen sich im mittleren Bereich bewegen. Da sich die Frage jedoch auf einen sehr kurzen Zeitraum bezieht, zeigen diese Ergebnisse, dass sich die berufliche Tätigkeit schnell und substanziell ändert.

Im Hinblick darauf stellt sich die Frage, inwieweit die Befragten sich für ausreichend qualifiziert halten, um mit diesen Veränderungen umzugehen. Mit einem durchschnittlichen Wert von 3.8 halten sie sich für eher ausreichend qualifiziert. Interessant ist diesbezüglich, dass 61% der Befragten angeben, eine weitere Ausbildung oder Weiterbildung wegen der digitalen Transformation werde notwendig sein. Dieser Anteil ist tendenziell unabhängig davon, wie gut sich jemand für die Zukunft qualifiziert fühlt.

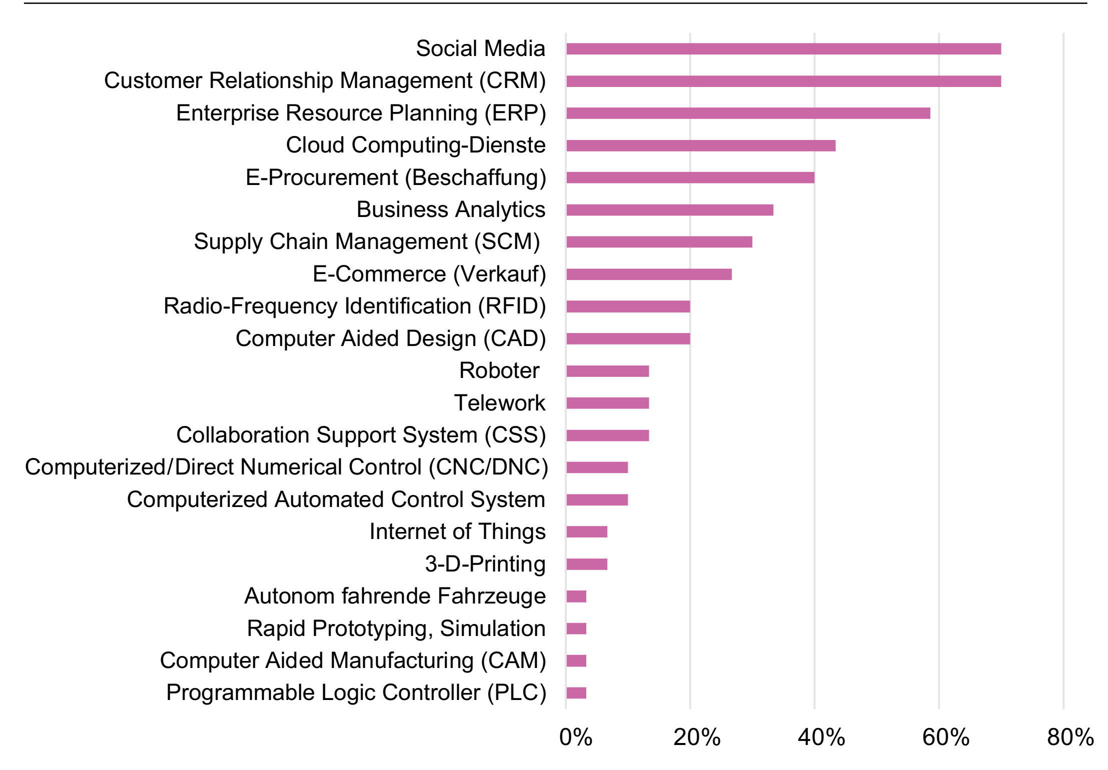
Arbeitsprozesse werden effizienter

Die Befragten wurden ebenfalls gebeten, zu beschreiben, wie die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag verändert hat. Hier ist insbesondere von Effizienzsteigerungen bei den Arbeitsprozessen die Rede, etwa durch die Prozessoptimierung und -automatisierung sowie durch die Abschaffung von manuellen Arbeitsschritten. Damit zusammenhängend wird auch die Digitalisierung von Datensammlungen, Reportings und Controllings mehrfach erwähnt. Zudem werden auch zusätzliche Methoden und Instrumente für die firmeninterne und -externe Kommunikation genannt.

Da diese Beschreibungen eher allgemeiner Natur sind, wurde den Befragten zudem eine Multiple-Choice-Liste mit gängigen Technologien präsentiert (Arvanitis, et al. 2017). Grafik 5 zeigt den Anteil der Befragten, welche eine Technologie verwenden. Kommunikation mittels sozialer Medien (Social Media) wird mit einem Anteil von 70% am häufigsten genannt. Weitere wichtige Technologien für den firmeninternen und -externen Informationsaustausch sind die elektronische Beschaffung von Waren und Dienstleistungen (E-Procurement mit 40%) und der elektronische Verkauf von Waren und Dienstleistungen (E-Commerce mit 27%).

Von den Technologien, welche der Informationserfassung und -verarbeitung dienen, ist Customer Relationship Management mit 70% am weitesten verbreitet. Zudem ist Enterprise Resource Planning (ERP) mit 59% die am dritthäufigsten angewandte Technologie. Die Anwendung von Cloud-Computing-Diensten ist für 43% der Befragten

G 5: Häufigkeit der Anwendung von Digitalisierungs-Technologien



Lesehilfe:
Diese Grafik zeigt für jede aufgelistete Technologie den Anteil Ehemaliger, welche diese im Berufsalltag nutzen. N=30.

Die Grafik zeigt zum Beispiel, dass Social Media und Customer Relationship Management mit je 70% am häufigsten angewandt werden.

Quelle: Renold et al. 2019: S. 34.

relevant. Weniger häufig ist die Verwendung von computergestützten statistischen Verfahren (Business Analytics, 33%) und Software zur Erfassung der Beschaffung (Supply Chain Management, 30%). Während diese Technologien zur Optimierung von internen und externen Schnittstellen relativ häufig eingesetzt werden, ist die Digitalisierung der Produktionsprozesse weniger relevant für die Befragten.

Ansprechpartner
Thomas Bolli | bolli@kof.ethz.ch

Eine ausführliche Version dieses Beitrags erscheint in den KOF Analysen vom 13. Juni.
www.kof.ethz.ch →

Literatur
Arvanitis, S., G. Grote, A. Spescha, T. Wäfler, und M. Wörter (2017): Digitalisierung in der Schweizer Wirtschaft: Ergebnisse der Umfrage 2016. Eine Teilauswertung im Auftrag des SBFI. KOF Studien 93, Juni 2017. Zürich: KOF, ETH Zürich.
www.research-collection.ethz.ch →

Renold, U., T. Bolli, K. Maldonado-Mariscal, L. Rageth, und A. Sritharan (2019): Fünfter Bericht zur Evaluation des Rahmenlehrplans für den Bildungsgang «dipl. Betriebswirtschafter/in HF»: Befragung von Ehemaligen und vertiefte Betrachtung der Digitalisierung. KOF Studien 130, Mai 2019, Zürich: KOF, ETH Zürich.
www.research-collection.ethz.ch →

KOF INDIKATOREN

KOF Geschäftslageindikator: Konjunktur verliert an Kraft

Die KOF Geschäftslage trübte sich im Mai weiter ein (siehe G 6). Damit sinkt der Geschäftslageindikator bereits den sechsten Monat in Folge. Zwar gab der Indikator in manchen dieser Monate nur in kleinen Schritten nach, doch ist über das halbe Jahr hinweg die negative Entwicklungstendenz klar ersichtlich. Die Schweizer Konjunktur verliert an Kraft.

Die neuerliche Eintrübung resultiert vor allem aus den Meldungen der Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe. Für diesen Wirtschaftsbereich bedeutet dies ebenfalls den sechsten Rückgang des Lageindikators in Folge (siehe T 2). Auch im Bereich Finanz- und Versicherungsdienstleistungen sinkt der Geschäftslageindikator, nachdem er hier aber im Vormonat nach oben tendierte. Nahezu stabilisiert haben sich die Geschäftslageindikatoren in den Wirtschaftsbereichen Detailhandel und Projektierung. Im Baugewerbe hellt sich die Geschäftslage sogar weiter auf. Der Grosshandel, das Gastgewerbe und die übrigen Dienstleister wurden letztmals im April befragt. In allen drei Wirtschaftsbereichen sank seinerzeit der Geschäftslageindikator.

Auf regionaler Ebene ist der Geschäftslageindikator im Espace Mittelland, in der Ostschweiz, im Tessin und leicht in der Region Genfersee gesunken (siehe G 7). In der Nordwestschweiz und in der Region Zürich veränderte sich die Geschäftslage im Mai kaum. In der Zentralschweiz verbesserte sich die Lage dagegen leicht.

Erläuterung der Grafiken:
Grafik G 6 zeigt die KOF Geschäftslage über alle in die Befragung einbezogenen Wirtschaftsbereiche. Für Wirtschaftsbereiche, die nur vierteljährlich befragt werden, wird die Geschäftslage in den Zwischenmonaten konstant gehalten.

G 6: KOF Geschäftslageindikator
(Saldo saisonbereinigt)



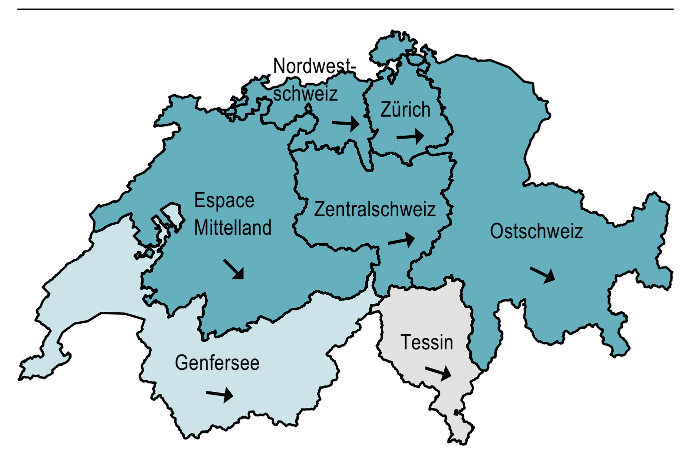
T 2: KOF Geschäftslage Schweiz (Salden, saisonbereinigt)

	Mai 18	Jun 18	Jul 18	Aug 18	Sep 18	Okt 18	Nov 18	Dez 18	Jan 19	Feb 19	Mär 19	Apr 19	Mai 19
Privatwirtschaft (gesamt)	28.4	27.2	29.0	28.7	28.4	27.8	28.9	28.1	25.9	25.7	24.5	23.5	22.9
Verarbeitendes Gewerbe	27.5	24.7	27.5	28.6	26.0	22.0	26.6	25.7	22.8	21.2	19.7	15.2	14.0
Bau	28.9	28.3	28.8	27.3	27.5	29.4	28.6	28.9	27.6	29.9	30.1	34.7	35.6
Projektierung	46.6	46.7	45.3	46.6	45.8	46.4	45.2	46.1	47.0	49.7	52.4	51.5	51.3
Detailhandel	7.4	7.4	10.0	7.7	9.2	6.9	8.0	6.2	6.3	5.6	4.3	6.7	7.0
Grosshandel	-	-	32.7	-	-	33.3	-	-	27.6	-	-	25.5	-
Finanzdienste	43.3	39.5	41.0	38.6	40.0	40.6	41.0	37.3	35.5	35.6	29.7	34.3	31.3
Gastgewerbe	-	-	8.5	-	-	9.3	-	-	6.5	-	-	4.8	-
Übrige Dienstleistungen	-	-	27.4	-	-	28.0	-	-	26.6	-	-	24.4	-

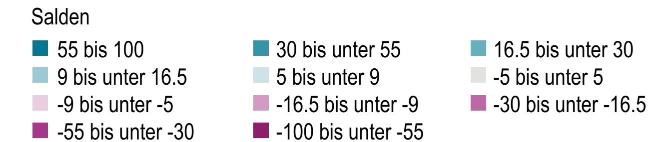
Antworten auf die Frage: Wir beurteilen unsere Geschäftslage als gut/befriedigend/schlecht. Der Saldowert ist der Prozentanteil «gut»-Antworten minus dem Prozentanteil «schlecht»-Antworten.

Grafik G 7 stellt die Geschäftslage in den Grossregionen gemäss Bundesamt für Statistik dar. Die Regionen sind je nach Geschäftslage unterschiedlich eingefärbt. Die Pfeile innerhalb der Regionen deuten die Veränderung der Lage im Vergleich zum Vormonat an. Ein aufwärts gerichteter Pfeil bedeutet etwa, dass sich die Lage im Vergleich zum Vormonat verbessert hat.

G 7: KOF Geschäftslage der Unternehmen der Privatwirtschaft



Die Winkel der Pfeile spiegeln die Veränderung der Geschäftslage im Vergleich zum Vormonat wider



Die KOF Geschäftslage basiert auf mehr als 4500 Meldungen von Betrieben in der Schweiz. Monatlich werden Unternehmen in den Wirtschaftsbereichen Industrie, Detailhandel, Baugewerbe, Projektierung sowie Finanz- und Versicherungsdienstleistungen befragt. Unternehmen im Gastgewerbe, im Grosshandel und in den übrigen Dienstleistungen werden vierteljährlich, jeweils im ersten Monat eines Quartals, befragt. Die Unternehmen werden unter anderem gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen. Sie können ihre Lage mit «gut», «befriedigend» oder «schlecht» kennzeichnen. Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten «gut» und «schlecht».

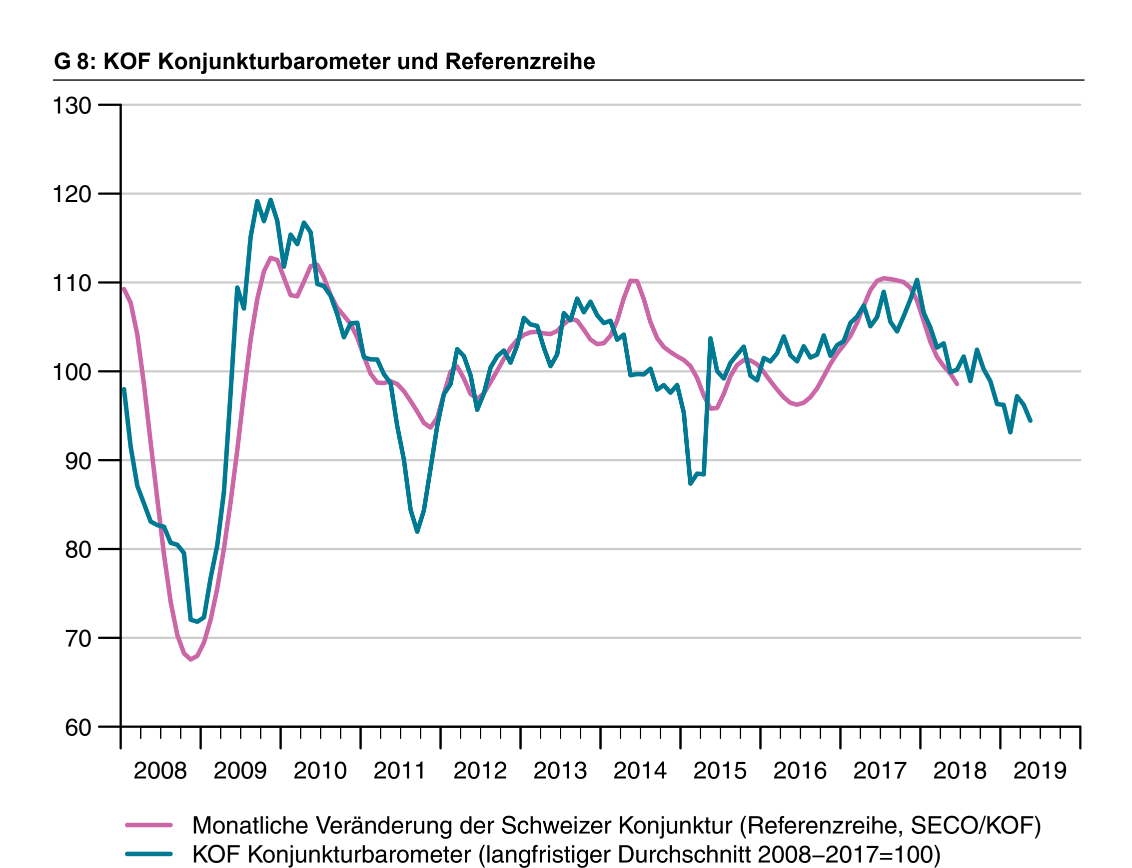
Ansprechpartner
Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Mehr Informationen zu den KOF Konjunkturumfragen finden Sie auf unserer Website:
www.kof.ethz.ch/umfragen/konjunkturumfragen →

KOF Konjunkturbarometer: Zweites Minus in Folge

Das KOF Konjunkturbarometer ist im Mai erneut gesunken (siehe G 8). Damit taucht es weiter unter seinen langjährigen Durchschnittswert. Die Schweizer Konjunktur entwickelt sich eher schleppend.

G 8: KOF Konjunkturbarometer und Referenzreihe



Das Konjunkturbarometer sinkt im Mai auf 94.4 Zähler und liegt damit 1.8 Punkte tiefer als im April mit 96.2 Zählern (dieser Wert ist unverändert im Vergleich zur vorherigen Veröffentlichung). Die Mehrzahl der Indikatorenbündel tendiert nach unten. Negativ entwickeln sich etwa die Indikatoren für das Bank- und Versicherungsgewerbe, den privaten Konsum und die Auslandsnachfrage. Die Perspektiven für das Gastgewerbe und die übrigen Dienstleister haben sich eingetrübt. Im Verarbeitenden Gewerbe veränderten sich die Aussichten im Vergleich zum Vormonat kaum. Im Baubereich haben sie sich verbessert.

Im Produzierenden Gewerbe (Verarbeitendes Gewerbe und Baugewerbe) steht die Geschäftslage unter Druck. Auch die Beschäftigungsaussichten sind leicht ungünstiger als bisher. Die Produktion könnte sich jedoch in den kommenden Monaten positiv entwickeln, so dass die Daten im Produzierenden Gewerbe keine durchweg einheitliche Entwicklung zeigen.

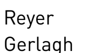
Auch innerhalb des Verarbeitenden Gewerbes deuten die Indikatoren je nach Branche in unterschiedliche Entwicklungsrichtungen. Eine positive Tendenz verzeichnen die Indikatoren für den Bereich Holz, Glas, Steine und Erden sowie für die Elektroindustrie. Dagegen sind die Veränderungen der Indikatoren für die Nahrungs- und Genussmittelhersteller, den Metallbereich, den Maschinen- und Fahrzeugbau sowie den Bereich Chemie, Pharma, Kunststoffe eher negativ.

Ansprechpartner
Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Weitere Informationen zum KOF Konjunkturbarometer finden Sie hier:
www.kof.ethz.ch →

ÖKONOMENSTIMME

CO2-Intensität von Handelsgütern: Trends und Treiber
Auf dem Weltmarkt gehandelte Güter verursachen besonders viel CO2-Emissionen. Wenn Policies oder Ziele zur Senkung des weltweiten CO2-Ausstosses festgelegt werden, ist es deshalb unabdingbar, den wachsenden internationalen Handel miteinzubeziehen.
www.oekonomenstimme.org →



Reyer Gerlagh


Nicole Mathys


Daniel Moran


Sylvain Weber

Fünf Thesen, wie der 3-D-Druck die internationale Arbeitsteilung verändern könnte
Noch steckt die 3D-Druck-Technologie in einer frühen Phase ihrer Entwicklung. Sie könnte aber bald flächendeckend eingesetzt werden. Das hätte gravierende Auswirkungen auf die internationale Arbeitsteilung und den damit verbundenen internationalen Handel.
www.oekonomenstimme.org →


Thieß Petersen

Knappheit treibt Beschäftigungswachstum
Was treibt den anhaltenden Beschäftigungsaufschwung? Die Hartz-Reformen liegen lange zurück, die Konjunktur hat an Bedeutung für den Arbeitsmarkt verloren. Entscheidend ist ein selbstverstärkender Effekt: Angesichts der steigenden Knappheit sichern sich Arbeitgeber wertvolle Arbeitskräfte.
www.oekonomenstimme.org →


Sabine Klinger


Enzo Weber

E-Mail Digest der Ökonomenstimme
Hier können Sie sich für den Email Digest der Ökonomenstimme eintragen:
www.oekonomenstimme.org/abonnieren →

AGENDA

KOF Veranstaltungen

KOF Research Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-research-seminar →

KOF-ETH-UZH International Economic Policy Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-eth-uzh-seminar →

Konferenzen/Workshops

Sie finden aktuelle Konferenzen und Workshops unter folgendem Link:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page →

KOF Medienagenda

Hier finden Sie unsere medienrelevanten Termine:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/medien/medienagenda →

KOF Publikationen

Bei uns auf der Webseite finden Sie die vollständige Liste aller KOF Publikationen (KOF Analysen, KOF Working Papers und KOF Studien).
www.kof.ethz.ch/publikationen →

Impressum

Herausgeberin	KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich		
Direktor	Prof. Dr. Jan-Egbert Sturm		
Redaktion	Franziska Kohler und Solenn Le Goff		
Layout	Vera Degonda, Nicole Koch		
Bilder	Shutterstock, stock.adobe.com		
Postadresse	LEE G 116, Leonhardstrasse 21, 8092 Zürich		
Telefon	+41 44 632 42 39	E-Mail	bulletin@kof.ethz.ch
Telefax	+41 44 632 12 18	Website	www.kof.ethz.ch

Kundenservice

Das KOF Bulletin ist ein kostenloser Service und informiert Sie monatlich per E-Mail über das Neuste aus der Konjunktur, über unsere Forschung und über wichtige Veranstaltungen.

Anmelden: www.kof.ethz.ch/kof-bulletin →

Für frühere KOF Bulletins besuchen Sie unser Archiv:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/news/kof-bulletin/kof-bulletin/archiv-2015-2010.ch →

Besuchen Sie uns unter: www.kof.ethz.ch →

Sie können über den KOF-Datenservice Zeitreihen aus unserer umfangreichen Datenbank beziehen:
www.kof.ethz.ch/datenservice →

Nächster Publikationstermin: 5. Juli 2019

KOF

ETH Zürich
KOF Konjunkturforschungsstelle
LEE G 116
Leonhardstrasse 21
8092 Zürich

Telefon +41 44 632 42 39
Fax +41 44 632 12 18
www.kof.ethz.ch
#KOFETH

